



КлиентЛаб

Система привлечения клиентов



Что требовать от подрядчиков по созданию сайтов

Контент

Кто будет заниматься написанием текстов, подбором и покупкой фотографий, иконок? 90% разработчиков недорогих сайтов перекладывают эти работы на заказчика. Хотя подготовка структуры контента, написание заголовков и текстов это 40% успешной и необходимой работы над сайтом. Сайт — это инструмент продаж, контент его неотъемлемая часть, без него невозможно сделать правильную структуру, дизайн, верстку. Сайт не будет продавать, не будет индексироваться поисковыми системами и будет неэффективен в рекламе. Обычно такие сайты простаивают, как лишний груз, и не работают. Проверить уникальность текстов — <https://content-watch.ru/text/>.

Картинки и фотографии подрядчик может искать через поиск по изображениям, часто такие картинки нельзя использовать в производстве сайтов, так как они защищены авторским правом и к вам в любой момент может прийти повестка в суд за использование таких иллюстраций и фотографий.

Дизайн сайта

Идеально, если сайт будет спроектирован заранее и вы сможете оценить его структуру и контент до прорисовки всех визуальных элементов. Если вам сразу несут на утверждение готовый дизайн, то в большинстве случаев вы будете переделывать его несколько раз, это сдвинет сроки, снизит рентабельность проекта и соответственно интерес к нему у вашего подрядчика.

Важно учитывать, что в современном дизайне уже неактуально поведение кнопок и ссылок при наведении на них курсора, так как распространены тачскрины и планшеты. Все кнопки и ссылки на сайтах должны визуально отличаться и быть понятными. Если ваш сайт подразумевает адаптивность под мобильные и планшеты, нужно сразу прорисовывать каждый такой формат. В противном случае сайт на мобильном или планшете будет выглядеть так, как удобно было сделать разработчику а не так, как удобно вашим клиентам.

Верстка сайта

Верстка сайта должна полностью соответствовать дизайну и проходить тест <https://validator.w3.org/>.

Адаптивность сайта под мобильные и планшеты

Если ваш сайт отображается некорректно на телефоне и планшете, его эффективность снижается минимум в 2 раза. Проверить можно тут — <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>. Должны быть 2 зеленых показателя:

для обычных компьютеров и для мобильных устройств. На телефоне сайт не должен тормозить, на номера телефонов можно кликать и звонить напрямую с телефона, емейлы также должны быть кликабельны.

Формы на сайте

Формы на сайтах очень важны, они должны быть простыми и понятными. От этого зависит ключевой показатель — конверсия сайта. При отправке форм обязательные поля должны явным образом выделяться и должно быть понятно что нужно заполнить конкретные поля. В процессе отправки кнопки должны менять свой статус, например, что идет отправка формы. Проверьте, что на кнопку нельзя кликнуть несколько раз, иначе заявки будут дублироваться. После отправки формы сайт должен показать уведомление, что заявка клиента принята и с ним свяжется менеджер в такое-то время. Для полей с номерами телефона на мобильном устройстве должна показываться клавиатура только с цифрами. После отправки формы вы должны получить заявку по емейлу, смс или в CRM-системе, она не должна попадать в спам. Каждая заявка важна, она стоит денег, помните об этом.

Административный раздел и система управление сайтом

Желательно использовать самые распространенные системы: Wordpress, 1С-Битрикс. Если подрядчик навязывает уникальную систему или платформу, вы можете попасть в пожизненную зависимость от него. Хорошие подрядчики заботятся о том, как впоследствии вы будете управлять сайтом, сколько будет администраторов сайта, как будут разделены права, они разбивают сайт на блоки, удобные для редактирования любому неопытному менеджеру. В идеале еще и разрабатывают подробную инструкцию по управлению сайтом.

Продвижение сайта в интернете

Сайт лишь инструмент для переработки входящего потока. При этом сайт, сделанный хорошо, может сразу после запуска привлекать трафик. Если подрядчик навязывает вам отдельную услугу по продвижению сайта в поисковиках как обязательную, он лукавит. Перед созданием сайта желательно собрать ваши основные ключевые фразы и проектировать его с учетом оптимизации сайта под эти запросы. Таким образом, после запуска сайта у вас уже будут определенные позиции по этим запросам, и вам не придется платить дважды.

Хостинг

Будет ли ваш сайт опубликован на вашем хостинге? Входит ли это в стоимость разработки сайта. Где будет опубликован сайт перед публикацией в интернет? Поможет ли подрядчик настроить электронные ящики для почты? Все эти вопросы нужно задать подрядчику.

Аналитика

Эффективность сайта, как и любого маркетингового инструмента, нужно измерять. Если на нем не настроена аналитика и цели, он мало полезен. Вы можете попросить любого другого подрядчика проверить настройку целей и метрик, сделанную вашим разработчиком сайта. Настраивать цели на готовом сайте не всегда просто, будет лучше, если это сделает ваш разработчик сайта. Все аккаунты для Яндекс.Метрики и Google.Analytics должны быть созданы на ваше имя и e-mail и переданы по договору, иначе потом вы можете потерять часть аналитики при смене подрядчика.

Сроки

Обычно все валят сроки по проектам. Проверьте, чем гарантирует сроки подрядчик. Желательно, чтобы он нес финансовые гарантии за просрочку. На какие этапы работ разбит проект? Есть ли у него подробная смета работ с указанием всех мелких нюансов? Если нет, значит он не думал, как будет разрабатывать ваш сайт, какие ему понадобятся специалисты и сколько это займет времени.

Отзывы других клиентов

Попросите контакты заказчиков последних 3-х проектов из портфолио подрядчика. Позвоните им и уточните, как прошла работа по проектам, всем ли они довольным. Вам расскажут много интересных вещей.

--

С уважением,
Дмитрий Дмитриев
СЕО и основатель
Компания «КлиентЛаб»
+7 909 783-06-49
e-mail: d.dmitriev@clientlab.ru
skype: dmitry.dmitriev
www.clientlab.ru



КлиентЛаб

